

Over grafisch ontwerpen. Luisteren naar de lezer?

samenvatting lectorale rede Dr. Karel van der Waarde
20 maart 2009 – Academie St. Joost, Breda

Het is een opvallende tegenstelling dat een vakgebied dat zich voornamelijk richt op de visuele presentatie van organisaties en ideeën, nauwelijks in staat is om zichzelf eenduidig weer te geven.

De omvang van het vakgebied:
hoeveel grafisch ontwerpers zijn er?

Een exploratief onderzoek naar de praktijk van het grafisch ontwerpen levert een aantal onverwachte inzichten op. In Breda, een stad met ±140.000 inwoners werken ongeveer 170 bedrijven die zich profileren als 'grafisch ontwerpers'.

Een eerste inventarisatie geeft aan dat er gemiddeld iets meer dan 3 personen in een grafisch ontwerp bureau werkzaam zijn. Het aantal grafisch ontwerpers wordt nog groter als het aantal grafisch ontwerpers in loondienst wordt opgeteld.

Naast de 'grafische ontwerp bureaus' zijn er ook andere bedrijven werkzaam op het gebied van de 'visuele communicatie'. Waarschijnlijk zijn de reclamebureaus en de ontwerpers van websites hier de grootste groepen. Het is niet onwaarschijnlijk dat er in Breda ongeveer 700 inwoners professioneel hun inkomsten halen uit het grafisch ontwerpen.

Ongeveer 1 op de 200 inwoners is 'grafisch ontwerper'. Het is daarom merkwaardig dat de 'Standaard Bedrijfsindeling' (SBI) zoals die door het CBS gebruikt wordt, geen categorie 'grafisch ontwerper' heeft.

Methode

De kwantitatieve inventarisatie maakte het mogelijk om een gewogen selectie te maken. In eerste instantie werden een tiental ontwerp bureaus ondervraagd over de methodes, criteria en professionele activiteiten.

De resultaten van de eerste serie interviews werd geanalyseerd en beschreven. In de tweede serie interviews werden met vijf bureaus opdrachten in detail doorgesproken en vergeleken met de beschrijvingen. Dit om te bevestigen dat de beschrijving zo nauwkeurig mogelijk de activiteiten, methodes en criteria van commerciële grafische ontwerp bureaus weergeeft.

Wat is dan de kern?

De manier van werken in de praktijk lijkt overeen te komen met de drie mogelijke manieren van argumenteren: 'logica', 'retorica' en 'dialectiek'. Grafisch ontwerpers werken voornamelijk met visueel materiaal waarbij de elementen volgens een 'visuele logica' aan elkaar gerelateerd worden. De 'visuele retorica' biedt de mogelijkheid om de keuzes uit de visuele logica te motiveren. De 'visuele dialectiek' beschrijft de relatie tussen opdrachtgever en ontwerper, en de relatie tussen lezer en ontwerp. De combinatie van deze drie manieren van 'visuele argumentatie' lijkt op dit moment de kern te zijn. Grafisch ontwerpen is dan 'een commerciële dienstverlening die visuele middelen ontwikkelt om de dialogen tussen opdrachtgevers en hun relaties te ondersteunen'.

De wolk van activiteiten:
wat doen grafisch ontwerpers?

Het lijkt erop dat 'grafisch ontwerpers' altijd een combinatie van verschillende activiteiten aanbieden. Grafisch ontwerpen is de kern waaromheen zich minimaal 30 andere activiteiten scharen. Deze activiteiten verschuiven. Er verdwijnen

activiteiten (typografische specificaties), maar er komen ook activiteiten bij zoals bijvoorbeeld tekstcorrecties, en digitale beeldbewerking. De persoonlijkheid en de individuele interesse van de ontwerper zijn hierbij bepalend. Ieder bureau heeft door deze combinatie van persoonlijkheid en activiteiten een uniek profiel. Het is dit profiel dat voor opdrachtgevers aantrekkelijk is.

De relatie tussen onderzoek en grafisch ontwerpen:
eerst scoping daarna benchmarking

Deze eerste kwantitatieve en kwalitatieve verkenningen beschrijven de huidige situatie en maken contact met de meeste belanghebbenden. Tot nu toe werd alleen het kader en de speelruimte onderzocht: het is de 'scoping-fase' van een ontwerpproject.

Op basis van deze verkenningen wordt gekeken welke onderdelen er precies onderzocht moeten worden en wat geschikte kwalitatieve en kwantitatieve criteria zijn. Die worden eerst vastgelegd en doorgesproken met de belanghebbenden. Niet zozeer omdat dit veel nieuwe informatie op zal leveren, maar vooral om later als vergelijkingsmateriaal te dienen om te beoordelen of de veranderingen inderdaad als verbeteringen gezien kunnen worden.

Op dit moment is exploratief onderzoek nodig. Het biedt de mogelijkheid om relaties te leggen tussen ontwerpen, ontwerp onderzoek, en wetenschappelijk onderzoek. Deze aanpak lijkt echter voor een lectoraat als onderzoeksmethode het meest geschikt. Het doel van een lectoraat is immers om beroepspraktijk, onderzoek en onderwijs dichterbij elkaar te brengen.

meer informatie:
www.visueleretorica.nl